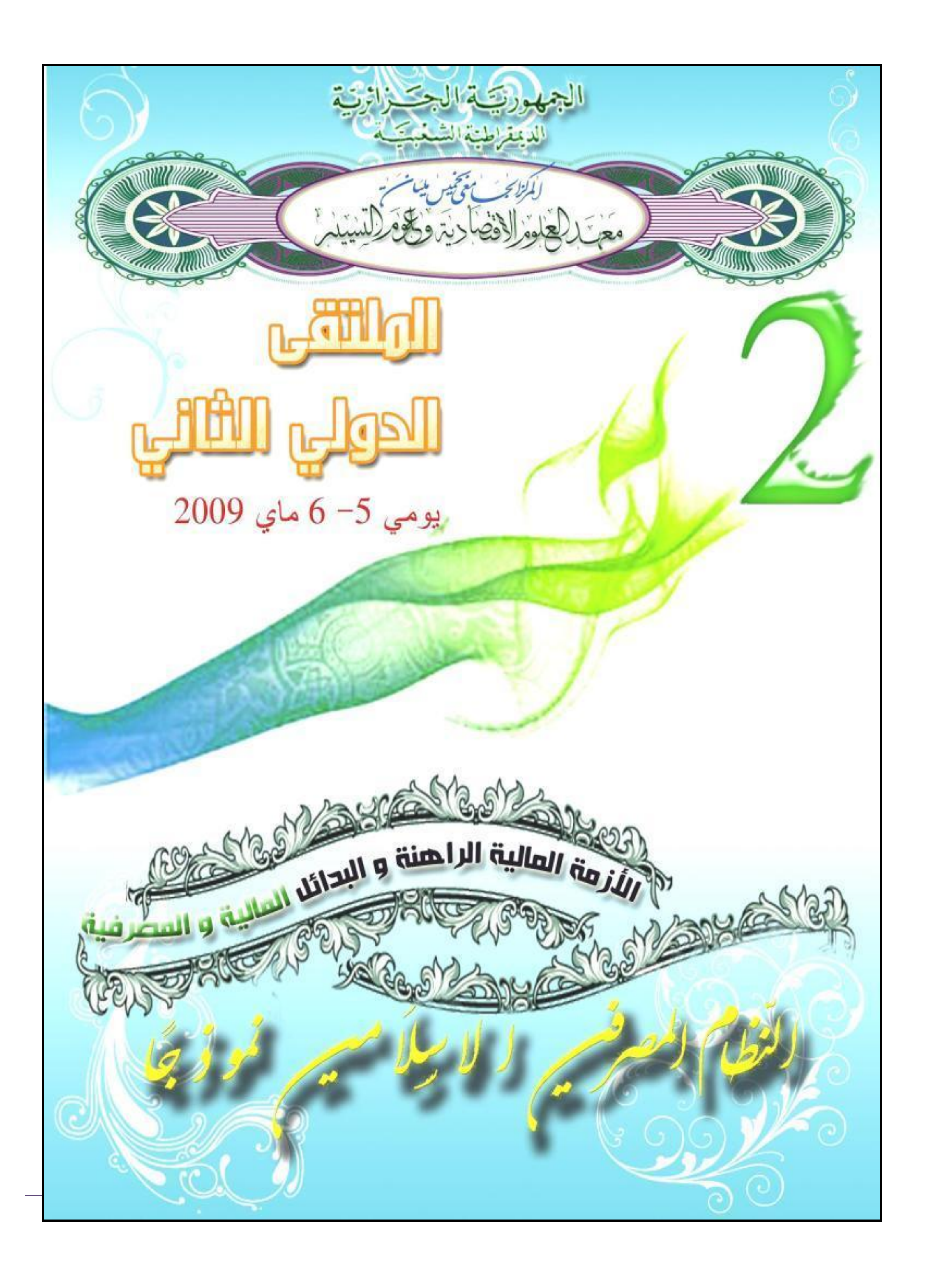

الجمهورية الجزائرية
الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي بخميس مليانة
معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير
الملتقى
الدولي الثاني
2
يومي 5- 6 ماي 2009
الأزمة المالية الراهنة و البدائل المالية و المصرفية
النظام المصرفي الاسلامي نموذجا

اشكالية تطوير المنتجات المالية الإسلامية والتأهيل الشرعي للعاملين

أ. فروحات حده
hadda.frouhat@yahoo.fr
أ. بوخلوة باديس
badi070@yahoo.f
جامعة قاصدي مرباح ورقلة

مقدمة:

بدأت المنتجات المالية الإسلامية، عمليا، اختراق الأسواق المصرفية العالمية، وبات النظام المصرفي الإسلامي في سباق مع الزمن لشق طريقه والوصول إلى مقدمة الأنظمة المالية العالمية، بعد أن أثبت صلاحيته كخيار ملائم مقابل الأزمات المالية التي تعترض النظام المالي العالمي. ومع اشتداد الأزمة المالية الحالية التي تجتاح معظم الدول الأوروبية والولايات المتحدة، فقد غدا النظام المصرفي الإسلامي يأخذ مكانه في طريق ريادة الأنظمة المالية العالمية، بعد انتشار المصارف الإسلامية في دول أوروبية وآسيوية، فضلا عن قيام مؤسسات مالية أخرى بطرح صناديق استثمارية متوافقة مع الشريعة الإسلامية، التي تحرم كلا من تقاضي الفائدة على الودائع أو دفع الفائدة على السحوبات على المكشوف وعلى القروض(1).

إن أزمة الائتمان المالي العالمي تمثل فرصة مهمة للنظام المصرفي الاسلامي لدخول سوق الإقراض العالمية بعد الازمة العالمية الحالية، والذي اعتبره الكثير من الخبراء "النموذج الذي يحتاجه العالم الآن ."

مع الاشارة إلى أن الفرصة لم تكن مواتية للمستثمر– الذي اكتوى بنار الازمة الائتمانية العالمية – حتى يكتشف ما يمكن للأسواق الاسلامية أن تقدمه، خاصة أن المنتجات المالية الاسلامية تتجنب تماما أساليب المضاربات، وتقدم ملاذا آمنا في هذه الاوقات الصعبة، وهو ما يهدف اليه المشرعون في الحقبة الاقتصادية الجديدة التي بدأنا بدخولها .

تعاني الصناعة المالية الإسلامية من الاعتماد المبالغ فيه على هيكلة المنتجات المالية التقليدية هيكلة شرعية من أجل تطبيقها في المؤسسات المالية الإسلامية. وقد كانت هذه الممارسات تعتبر محمودةً في الفترات الأولى من انطلاق الصناعة التي كانت تسعى بها إلى تثبيت نفسها وإثبات ذاتها كجزء من الصناعة المالية الدولية، لكن من غير المحمود أن تغالي العديد من المؤسسات المالية الإسلامية في الهيكلة الشرعية للمنتجات المالية التقليدية، مكتفية بوضع إطار من "الحلال" على المنتجات مع تحقيق الأرباح أو تقليل المخاطر ذات المدى القصير دون إطلاق العنان للرؤية الاستراتيجية وإدراك أن الخطر محدق بصناعتهم التي ينتمون إليها(2).

إن نجاح النظام المصرفي الاسلامي وجعله أكثر جاذبية لمجموعة أكبر من المستثمرين، يتوقف على ما يقدمه من منتجات مالية جذابة تستقطب اهتماماً واسعاً مقارنة بالتمويل التقليدي، وهذا مايفرض تحديات كبيرة بغية تبسيط الإجراءات في صناعة التمويل الإسلامي، ومن بين هذه التحديات : القدرة على تطوير وإدخال أنواع أخرى من الخدمات المالية الاسلامية من جهة ، وتوفير رأسالمال البشري الكفء المتمثل في التأهيل الشرعي للعاملين في المؤسسات المالية الاسلامية من جهة أخرى.

ملم سبق يمكننا طرح التساؤلين التاليين:

- إلى أي مدى يمكن تطوير المنتجات المالية الاسلامية في ضوء التوأمة الشرعية-الفنية؟
- ما هي متطلبات التأهيل الشرعي للعاملين في المؤسسات المالية الاسلامية ؟

للإجابة على هذه التساؤلات وتوضيح مختلف المفاهيم المتعلقة بهذا البحث، تم تقسيم هذه المداخلة إلى محورين مستعينين بالمنهج الوصفي في العرض كما يلي:

المحور الأول: إشكالية تطوير المنتجات المالية الاسلامية

لا شك أن الحاجة ماسة للإبداع والتطوير في البنوك الاسلامية، على اختلاف أنواعها لأن ذلك من عوامل الديمومة والبقاء في أسواق مفتوحة وحرة تشهد تنافساً حاداً بينها وبين البنوك والمؤسسات المالية التقليدية

لكن فيما يخص المؤسسات المالية الإسلامية فالحاجة ملحة للتطوير والإبداع والهندسة ولكل ما يندرج تحت تلك المترادفات ليس على المستوى المؤسسي وحسب، بل على مستوى الصناعة. فالصناعة المالية الإسلامية كونها صناعة ناشئة بالمقارنة بنظيرتها التقليدية تعد في أمس الحاجة إلى عمليات التطوير والابتكار لمنتجات مالية إسلامية أصيلة تحافظ على هوية الصناعة وتقيها شرور التقليد حتى وإن كان في إطار شرعي. وهذا كله في المحصلة سيسهم في تحقيق نمو مستدام للصناعة ككل وينعكس حتماً على استدامة المؤسسات المالية الاسلامية

أولا- مراحل تطوير المنتجات المالية:(3)

أ- ثقافة المؤسسة: الكيفية التي تنظر فيها المؤسسة ككل إلى عملية تطوير المنتجات والكيفية التي تتعامل فيها مع تلك العملية في ضوء الثقافة التي تغرسها في نفوس موظفيها وتسعى غلى تعميمها بينهم.

ب- تحديد احتياجات العملاء: الكيفية التي يتم فيها التواصل مع العملاء الحاليين والمستهدفين من أجل تلمس احتياجاتهم تمهيداً لتلبية تلك الاحتياجات من خلال منتجات مالية إسلامية جديدة.

ج- استراتيجية المنتج: الكيفية التي يتم فيها إحداث التفاعل بين معطيات البيئة الخارجية التي تعمل فيها

المؤسسة (التنظيمية والتشريعية والسوقية) مع معطيات البيئة الداخلية للمؤسسة في ضوء الرؤية الواضحة لما تقتضيه عملية التطوير واحتياجات السوق والمقاصد الشرعية....إلخ.

د–توليد افكار المنتجات وانتخاب أفضلها: الاساليب والطرائق والوسائل التي يتم استخدامها في توليد الأفكار حول المنتجات المالية الجديدة ومن ثم انتخاب افضلها لتطويرها إلى منتجات حقيقية.

ه– تصميم المنتج: الكيفية التي يتم فيها تصميم الفكرة التي تم التوافق عليها وتطويرها إلى مستوى أعلى من النضوج و الكيفية التي يتم فيها تحديد تفاصيل المنتج والمواد المستخدمة في تصميمه وإجراءات وسياسات تنفيذه وسماته القانونية والشرعية والتكنولوجية.

و– إطلاق المنتج: الكيفية التي يتم فيها إطلاق المنتج في السوق والتحضيرات اللازمة قبيل هذه العملية من إجراءات تسويقية وترويجية واختبارات أولية على المنتج.

ثانيا– ممارسات المؤسسات المالية في تطوير المنتجات :

من أبرز الاشكالات التي تواجه تطوير المنتجات المالية الاسلامية مايلي(4):

أ- ثقافة المؤسسات:

1. عدم تطوير الموارد البشرية للمواءمة مع تطوير المنتجات.
2. عدم التركيز على الإبداع والتطوير والتحفيز له والاهتمام به من الإدارات العليا.
3. عدم كفاية الموازنات والمخصصات المالية للبحوث والتطوير.
4. عدم وجود ملكة الابتكار والريادة بسبب عدم وجود حماية المنتج وبسبب طبيعة التعليم والمجتمع العربي.
5. قصور النظر في المؤسسات المالية وحصرالرؤية في الربح السريع.
6. قصور في إيجاد إدارات التطوير في المؤسسات المالية.
7. قصور في الهيكلية الإدارية ومرونتها وانسجامها مع الإدارات الأخرى للموائمة مع عمليات التطوير.
8. عدم وجود رؤية واضحة وخطط عمل ناضجة لعمليات وإدارات التطوير.
9. وجود خلط بين تطوير المنتج وإدارة تطوير المنتج وعدم وضوح في المفاهيم، والاختصاصات.
10. غياب القناعة بجهود أفراد المؤسسة والميول إلى التقليد والمنافسة مع ارتفاع تكاليفها.
11. لا يوجد أنماط معيارية للتطوير.
12. ضعف ثقافة المنظمة المتعلمة وهي "انسياب المعلومات وتدفقها في كافة الاتجاهات في للهيكل التنظيمي للمؤسسة"، وتوظيفها.

ب– احتياجات العملاء:

1. عدم وجود بحوث لتحديد احتياجات العملاء.

2. الاهتمام فقط بمجموعات التركيز عند إجراء البحوث.
3. الانعكاس في ابتكار المنتجات فهي تبدأ من الأعلى ولا تبدأ من احتياجات العملاء وتبدأ من الغير تقليداً ولا تبدأ من الذات ابتكاراً
4. غياب المسح الاجتماعي مع العملاء.
5. ضعف التواصل مع العملاء لمعرفة احتياجاتهم.
6. لا يوجد أنماط معيارية للتطوير.
7. عدم مراعاة مقاصد الشريعة عند تطوير المنتجات المالية الإسلامية.
8. عدم المبالاة بالعميل نتيجة الاحتكار.
9. طلبات العملاء المالية المحضة تجبر المؤسسات على محاكاة البنوك التقليدية.
10. ضعف ثقافة العميل في العمل المالي الإسلامي.
11. استغلال احتياجات العميل استغلال غير جيد.
12. عدم التفريق بين حاجات العملاء ورضا العملاء.
13. عدم توثيق عمليات تحديد الاحتياجات للمنتجات

ج- استراتيجية المنتج:

1. محاكاة المنتجات التقيلدية.
2. عدم وضوح القوانين المتعلقة بالمنتجات، وعدم وجود مرجعية تضبط ذلك وباختصار (البيئة القانونية).
3. عدم وضوح الرؤية المستقبلية للمنتج.
4. لا يوجد تصور استراتيجي لمحفظة منتجات المؤسسة.
5. عدم وجود التوازن بين منتجات المؤسسة.
6. غلبة تحقيق الأهداف قصيرة الأجل على الأهداف البعيدة والمقاصد الكلية.
7. البيئة العامة التنظيمية لا تخدم تطوير المنتجات.
8. عدم استشراف المستقبل في بناء محفظة المنتجات.
9. توقيت طرح المنتج بما يتعارض مع المنتجات الأخرى

د- توليد افكار المنتجات وانتخاب افضلها:

1. الانشغال بالأعمال اليومية عن التطوير.
2. غياب آلية توليد الأفكار وأدوات التفكير الإبداعي.

3. ضعف توظيف الطاقات الخارجية والجديدة في تطوير المنتجات.
4. عدم وجود مسوحات دورية أو استبانات تحصر احتياجات العملاء للاستفادة منها في عملية التطوير.
5. عدم وجود مسوحات دورية لمعرفة أفكار وارتباطات موظفي المنشأة.
6. ضعف وجود البيئة الإبداعية والابتكارية للتطوير.
7. ضعف ثقافة المنظمة المتعلمة وهي انسياب المعلومات، وتوظيفها.
8. ضعف الشجاعة الأدبية، والريادة.
9. ظاهرة الخوف من الفشل في المؤسسات المالية الإسلامية.

ه- تصميم المنتج:

1. التنازع بين الجهات في تصميم المنتج (الفنية — الشرعية
2. نقص وجود الأدلة الإجرائية لعملية تصميم المنتج في أكثر المؤسسات المالية الإسلامية.
3. عدم الالتزام الكامل بالأدلة الإجرائية — إن وجدت.
4. البطء أو الاستعجال في تصميم المنتج.
5. العجز عن تصميم المنتج تقنياً أو ارتفاع تكلفته التقنية.
6. عدم امكانية استيعاب الموارد التقنية في المؤسسة لتصميم المنتج.
7. ضعف التنسيق بين الجهات الفنية والجهات الشرعية.
8. ضعف الدراسات الشرعية في المؤسسات المالية الإسلامية.
9. ضعف ترجمة الوثائق الاجنبية التي تستخدم في تصميم المنتج

و- إطلاق المنتج:

1. ضعف اختبار النموذج الأولي للمنتج.
2. عدم تعريف الجمهور والموظفين بالجوانب الشرعية والفنية للمنتج.
3. لا يوجد التدريب الكافي لتطبيق المنتجات الجديدة.
4. ضعف المهارات التسويقية لدى الموظفين للمنتج.
5. غلبة تحقيق الهدف التسويقي على المعايير والضوابط الشرعية.
6. ضعف التغذية الراجعة للمنتج.
7. عدم التخطيط السليم لإطلاق المنتج

ثالثا–آليات تطوير المنتجات وتحسينها في ضوء التوأمة الشرعية–الفنية:

إن الإشكالات المطروحة في موضوع التوأمة الشرعية–الفنية ، يمكن الوقوف عليها من خلال المراحل المختلفة لعملية تطوير المنتج:(5)

أ– ثقافة المؤسسات:

1. ضعف القناعة الشرعية بالحلول الاقتصادية الإسلامية.
2. عدم وجود لجنة عليا تشتمل على أشخاص شرعيين ولها صلاحيات في التطوير.
3. ضعف استشعار هم الاقتصاد الإسلامي من جميع أعضاء المؤسسة.
4. ضعف التأهيل الفني للشرعيين وضعف التأهيل الشرعي للموظفين.
5. ضعف التطوير للمنتجات الأصيلة استيراد المنتجات الإسلامية من جهات تقليدية.
6. تهميش الدور الشرعي في المنتجات الجديدة.
7. الجهل بثراء الشريعة بالمنتجات المالية المناسبة للتطوير.
8. ضعف استقلالية الهيئات الشرعية

ب– احتياجات العملاء:

1. ضعف التثقيف الشرعي للعملاء.
2. ضعف تمكين العميل من الاطلاع على تفاصيل الفتوى الشرعية.
3. عدم وجود بحث للاحتيجات الشرعية للعملاء، وتلمس مواطن القلق لديهم.
4. ضعف وجود الشرعيين في عمليات بحوث السوق.
5. عدم الأمانة في نقل المعلومة للعميل.
6. لا يوجد منهجيات بحثية سليمة لمعرفة احتياجات السوق.
7. ضعف اطلاع الشرعيين على نتائج بحوث السوق.

ج– استراتيجية المنتج:

1. نقص الكم والنوع في الكوادر البشرية الشرعية.
2. التركيز على السلامة الصورية للمنتج وعدم الاهتمام بالسلامة الحقيقية والمقاصدية.
3. عدم ترتيب المنتجات حسب السلامة الشرعية
4. غياب المرحلية في تصميم منتجات مالية.
5. كثرة العقبات التي تواجه المنتج الشرعي السليم داخل المؤسسة وخارجها.
6. ضعف الالتزام بالمعايير الشرعية والمهنية.
7. عدم مراعاة قرارات الاجتهاد الجماعي في المجامع الفقهية.

8. ضعف التخطيط الاستراتيجي والرؤية المستقبلية من قبل الهيئات الشرعية للصناعة والمؤسسة.
9. ضعف ممارسة الهيئة لدورها في إيقاف المنتج المخالف بعد إطلاقه

د- توليد افكار المنتجات وانتخاب افضلها:

1. تهميش دور الجهات الشرعية في توليد المنتجات المالية.
2. ضعف مشاركة الشرعيين في تطوير المنتجات المالية.
3. نقص البيئة المتكاملة للمنظومة الشرعية

ه- تصميم المنتج:

1. إشراك المختصين الشرعيين في مراحل متأخرة من عملية التصميم.
2. عدم وضوح الآلية في إشراك الشرعية أو اضطرابها.
3. نقص الكفاءات الشرعية المساندة لعملية تطوير المنتج.
4. عدم وجود متخصص شرعي ضمن فريق التطوير يتبع إدارياً وفنياً لإدارة التطوير.
5. التركيز على النواحي الإجرائية أكثر من النواحي المقاصدية والاقتصادية

و- إطلاق المنتج:

1. سوء استخدام إجازة الهيئة للمنتج في النواحي التسويقية.
2. نقص تمكين العميل من الاطلاع على تفاصيل الفتوى الشرعية.
3. تحييد الهيئات الشرعية في النواحي التسويقية بعد إطلاق المنتج، لا سيما تدقيق المواد التسويقية والمواد الدعائية.
4. ضعف الرقابة الشرعية الداخلية والخارجية على تطبيق المنتج.
5. ضعف التدريب الشرعي على تطبيق المنتج بعد إطلاقه.
6. ضعف توعية العملاء بالمنتج بعد إطلاقه.
7. ضعف ممارسة الهيئة الشرعية لحقها في إيقاف المنتج والتحذير منه إعلامياً في حالة وجود إشكالات شرعية عليه.

رابعا- دور ضمان الجودة وحقوق الملكية الفكرية في تحفيز الإبداع والتطوير:

يمكن التعرف على الإشكالات التي تواجه تطوير المنتجات المالية الإسلامية من حيث جودة المنتجات وحقوق الملكية الفكرية من خلال مايلي:

أ– الملكية الفكرية(6): في هذا السياق هناك اتجاه مؤيد وهناك اتجاه معارض لمبدأ حفظ حقوق الملكية الفكرية.

فالمؤيدون يستندون إلى أن حفظ الملكية الفكرية سيؤدي حتماً إلى تحفيز الإبداع على المستوى الفردي والمؤسسي، وبالتالي سيؤدي إلى ظهور منتجات جديدة وأصيلة باستمرار في الصناعة المالية الإسلامية.

أما المعارضون يستندون إلى عدد من المفاهيم الاقتصادية والشرعية التي تدعم رأيهم ومنها أن المؤسسات المالية التقليدية تجري التطوير بشكل مستمر دون تسجيل الملكية الفكرية، وأن الملكة الفكرية تحجب الناس عن العمل في باب أصله مشاع.

وبشكل عام فإن إبراز الاسباب التي تدعم عدم أهمية الملكية الفكرية، والمقترحات التي من الممكن لها أن تسد باب الملكية الفكرية يمكن التعرف عليها فيما يلي:

& - الاسباب التي تدعم عدم أهمية الملكية الفكرية:

1. وجود هاجس الملكية الفكرية إشكال بحد ذاته.
2. إنفاق المؤسسات التقليدية على التطوير مع عدم وجود الملكية الفكرية دليل على أن المؤسسات الإسلامية مطالبة بالتطوير حتى مع عدم وجود الملكية الفكرية.
3. وجود إشكالية اقتصادية تتعارض مع مبدأ حماية الملكية الفكرية لحاجة المنتج إلى سوق متكاملة.
4. وجود الملكية الفكرية يحجز الناس عن العمل في باب أصله مشاع.
5. عدم امتداد الملكية الفكرية لجانب العلم الشرعي يمنع من تطبيقها على المنتجات.
6. من عوامل استمرار الإبداع عدم الحماية، لأن المبتكر إذا حمى منتجه تقاعس عن التطوير.
7. الرواد والمبدعون في التاريخ لم يأت تميزهم من جانب الحماية الفكرية وإنما نتيجة عن أمور متغيرة

& - المقترحات البديلة للملكية الفكرية:

1. يمكن أن تدعم الدولة أو المؤسسات المالية عملية الإبداع ويستغنى بذلك عن الملكية الفكرية.
2. يمكن تمييز المؤسسات المالية بالتميُّز والريادة والجوائز دون التعلُّق بالملكية الفكرية.
3. حماية المنتج المالي كاملاً غير ممكنة ويمكن حماية البنية التحتية أو بعض الأجزاء في المنتج.
4. اسم الممتلك ورمزه يمكن أن يُحمى.

ب– ضمان الجودة(7) : إن موضوع ضمان الجودة وآثاره النوعية والشرعية له أهمية بالغة على المنتج، لذا فإن الإشكالات التي تقف في وجه ضمان الجودة هي كالتالي:

1. عدم وضوح الفتوى وعدم فهمها على الوجه الصحيح.
2. عدم وضع إجراءات تضمن سلامة التنفيذ الشرعي والفني.

3. عدم تمكين العميل من التواصل مع الهيئة الشرعية.
4. ضعف تدريب الموظفين على تطبيق المنتج.
5. ضعف الأدلة الإجرائية لإطلاق المنتج.
6. وجود اعتقاد بأن هناك علاقة سلبية بين معايير الجودة والإبداع.
7. عدم وجود آلية واضحة للحصول على التغذية الراجعة.
8. عدم تكامل منظومة الجودة في المؤسسات المالية الإسلامية.
9. وجود أزمة ثقة بين الهيئة الشرعية وبين الإدارة التنفيذية وجمهور العملاء.
10. رضا العملاء عن المؤسسات المالية من معايير الجودة.
11. عدم النظر إلى المقاصد والمآلات على انها من معايير الجودة.
12. احتكار السوق من قبل بعض المؤسسات المالية الإسلامية يضعف اعتبار الجودة.
13. كلما كانت الجودة الشرعية للمنتج أعلى كانت المشاكل العملية أقل.
14. غياب شهادات الآيزو الدولية لنظام تطوير المنتجات المالية الإسلامية.
15. ضعف التركيز على المعايير الأخلاقية للمنتجات المالية الإسلامية.

المحور الثاني: التأهيل الشرعي للعاملين في المؤسسات المالية الاسلامية:

المقصود بالتأهيل الشرعي المطلوب للعاملين ه و إكساب المعرفة الشرعية للشخص بشكل يجعله قادرا على الاستفادة منها ومزاولتها على ارض الواقع(8).

والتأهيل الشرعي المطلوب، يجب أن يكون تاماً وشاملاً ومتكاملاً، وليس كالتدريب الفني الذي يمكن أن يتدربه العامل تدريجياً حتى يصل إلى مستوى الكفاءة العالية فيه، ذلك أن التدريب الشرعي يتصل بالأحكام الشرعية التي لا تتجزأ، فهي إما أن تستوفي فيكون التصرف مشروعاً، أو تفقد أو تنقص فلا يكون مشروعاً. والهدف العام من تأهيل العاملين يتجسيد في معنى الاية القرانية الكريمة " ان خير من استاجرت القوي الامين"، والوصول الى ايجاد التاجر الفقيه.

أولا- الفئات المستهدفة في التأهيل:

يستهدف التأهيل الشرعي للعاملين في المؤسسات المالية الاسلامية ثلاثة مستويات (9):

أ- العاملين في القطاع :

ان دعم العاملين في القطاع المالي الاسلامي علمياً وثقافياً يعتبر امرا في غاية الاهمية . اذ انه يؤدي الى:

1. ضمان تطبيق هؤلاء العاملين للصيغ المالية الاسلامية تطبيقا سليما .
2. نقل هذه الثقافة للعملاء.
3. رفد السوق المحلي والاقليمي والعالمي بالموارد البشرية المؤهلة لسد الحاجة المتنامية لهذه الصناعة.

ب– العملاء:

مما لا شك فيه ان المؤسسات المالية الاسلامية توجه منتجاتها الى كافة شرائح المجتمع من افراد وجماعات . فكلما إنتشرت ثقافة المال الاسلامي كلما ازدادت فرص النمو والنجاح.

ج– غير العملاء:

الغير متعاملين مع المؤسسات المالية الاسلامية شريحة مهمة ومستهدفة بشكل أساسي في التوعية لأن جزء من هذه الشريحة ربما أحجم عن التعامل لعدم القناعة بها أو لعدم الوعي بحقيقتها

ثانيا–الوسائل المقترحه للتأهيل(10):

1- عقد الدورات التاهيلية المتخصصة.

2- إستحداث دائرة للمعلومات تحتوى مكتبة متخصصة في كافة علوم المال الاسلامي

3- إصدار نشرة ودوريات تهتم بكل المستجدات المالية .

4- تخصص جزء من ميزانيات المؤسسات في سبيل تمويل برامج التوعية.

5- التوعية الجماهيرية من خلال وسائل الإعلام المرئية والمسموعة .

6- إقامة المناظرات والحوارات العامة في مجال المال الاسلامي والتركيز على الشبهات المثارة حوله .

ثالثا–دواعي الاهتمام بالتأهيل الشرعي للعاملين في المؤسسات:

أ– تحقيق الالتزام الشرعي (11):

ان اهم ما يميز المؤسسات المالية الاسلامية هو الالتزام بأحكام الشريعة الاسلامية، او ما بات يعبر عنه حديثاً (المعايير او الضوابط الشرعية)

وينبغي ان يتحقق هذا الالتزام بكافة انشطة وممارسات تلك المؤسسات دون الاختصارعلى احكام فقه المعاملات، بل يتعداها الى التحلي بالاخلاق الاسلامية السمحة واللباس الشرعي وحسن المعاملة مع كافة الاطراف .

ابتداءً من علاقة المؤسسة بموظفيها مروراً بعملائها و انتهاءاً بشقيقاتها من المؤسسات المالية والاسلامية .

وحتى يتم تحقيق هذا الالتزام بأعلى درجات الكفاءة والفاعلية، لابد من مضاعفة الاهتمام بالتأهيل الشرعي للعاملين بالمؤسسات المالية الاسلامية وعلى كافة المستويات الوظيفية، ولابد من التنويه هنا الى ان الاهتمام بالتأهيل الشرعي يعكس مدى رغبة المؤسسات بتحقيق الانضباط والالتزام الشرعي .

يقول عمر رضي الله عنه : لا يتجر في سوقنا إلا من فقه ، وإلا أكل الربا

ويقول علي رضي الله عنه : من اتجر قبل أن يتفقه ارتطم في الربا ثم ارتطم ثم ارتطم .

ب– محاصرة النقص المتزايد في الكفاءات البشرية(12) :

ان المؤسسات المالية الاسلامية والتي لم يتجاوز عمرها الآن بضع وثلاثون عاما، تعاني من النقص الحاد في الكوادر البشرية المؤهلة تأهيلاً شرعياً يتناسب مع خصوصيتها، فهي تستقطب العاملين في المؤسسات المالية التقليدية ونعتمد عليهم حتى في المراكز القيادية المتقدمة .

ثم ان التأهيل الشرعي لهذه الشريحة بالذات يجب ان يأخذ منحى التعمق سيما اذا ما علمنا ان بعض العاملين في المؤسسات المالية التقليدية لا يؤمن اساساً بفكرة المنتجات المالية الاسلامية .

ج- تلبية الطلب المتزايد على الخدمات المالية الاسلامية :

تشير الدراسات الى ان حجم السوق المالي الاسلامي يشكل 260مليار دولار وتعادل 20% من القطاع المالي العالمي. فيما يبلغ عدد المسلمين في العالم ما يزيد على 1.5 مليار نسمة يشكلون 25% من سكان العالم، تتنامى لديهم الرغبة في تفضيل المنتجات المالية الإسلامية.

كما تشير الدراسات الى ان قطاع المال الاسلامي ينمو سنوياً 15-17% . كما تشير الى انه هذا القطاع يحتاج الى 30.000 ثلاثون الف موظف خلال العشر سنوات المقبلة .

وبنظرة سريعة فيما سبق نجد انفسنا امام تحد كبير الا وهو توفير الكوادر المؤهلة لتجنب الوقوع في خطرين هما (13):

الاول: شغور المناصب العليا للمؤسسات المالية الاسلامية من الكفاءات المؤهلة . ذلك لان النمو السريع يعني قيام المزيد من المؤسسات الجديدة والتي ستسعى لاستقطات القيادة الموجودة في المؤسسات الحالية .

الثاني : ان النمو الهائل في القطاع المالي الاسلامي يتطلب تطوير واستحداث المزيد من المنتجات المالية الاسلامية او ما بات يطلق عليه حديثاً (الهندسة المالية) وهذا سيؤدي الى:

1. زيادة وتنويع الخدمات والمنتجات المالية الاسلامية .
2. توزيع المخاطر
3. تقوية القدرة التنافسية .

ومما ينبغي التنبيه اليه هنا ان الصناعة المالية الاسلامية مطالبة بوقف استنساخ المنتجات المالية التقليدية، والانطلاق نحو الابداع .

وكل ما سبق لا يمكن ان يرى النجاح الا بعقول استنارت بهدى الشريعة الاسلامية السمحاء .

د- تعزيز ثقة العملاء بالمؤسسات :

ان الانطباع الذهني المسبق لدى الجماهير عن المؤسسات المالية الاسلامية. هو انها مؤسسات ملتزمة بأحكام الشريعة الاسلامية حتى في ادق ادق التفاصيل فالعميل الذي دخل المؤسسة المالية الاسلامية، انما دخلها

بدافع ديني متمثل في تحري الحلال والبعد عن الحرام وهو يعتقد بأنه سيواجه أُناساً كأبي بكر وعمر رضي الله عنهم .

مما يعني ان هذا العميل سيكون شديد التحسس لأي أمر قد يبدو مخالفاً حتى لحدود الورع والتقوى فضلاً عن المخالفة الصريحة للاحكام الشرعية .

ان هذا الانطباع المثالي مهدد بالتشوه واحياناً بالاستئصال اذا ما تم معاملة العميل من قبل موظف يفتقر للتأهيل الشرعي السليم .

ولا تقف النتائج السلبية عند هذا الشخص. بل سيقوم بنقلها الى كل من يعرفه ويقابله، وكثيراً ما نسمع ونرى ذلك كل يوم .

ه- اثراء فقه المعاملات الاسلامية بالوقائع الجديدية:

ذلك لان الفقه سيمتزج بالحياة العملية مما يعني بالضرورة وجود المستجدات والنوازل التي تحتاج لبيان حكم الشرع فيها،ولعل من المعضلات التي تواجه مختلف العلوم هي انها تدرس نظريا بعيدا عن الواقع، فاما ان نجد الاكاديمي البحت الذي انقطع للتدريس او المهني الذي يفني وقته في الميدان بعيدا عن البحث العلمي. فقد روي ان إياس بن معاوية قال : التاجر الفقيه ، أفقه من الفقيه الذى ليس بتاجر.

و - تعميق مبدأ التخصص

ان المطلع على الواقع يتبين له ان القطاع المالي الاسلامي يعاني من انعدام التخصص العميق، فالكل يدعي معرفته بكل شيء، وربما يلجا الى ذلك طمعا في فرصة او ايمانا منه بفكرة ان كل شيء سهل ويمكن تعلمه .

فالهدف ان نصل الى اشخاص متخصصين في كل حقل من حقول المال الاسلامي، نريد ان يكون لدينا متخصصين بالتمويل، والاستثمار، والتامين، والمحاسبة، والتسويق....

ز- تجنب بعض السلبيات :

ان التأهيل الشرعي للعاملين في المؤسسات المالية الاسلامية سيؤدي الى الابتعاد عن كثير من السلبيات نذكر منها(14) :

1- انخفاض الربحية :

اذا ان ضعف التأهيل الشرعي للموظفين سيؤدي بهم لاجراء بعض المعاملات غير المشروعة . وبالتالي ستقوم الهيئة الشرعية بإستبعاد ربح تلك العمليات ، من ارباح المؤسسة.

2- هروب العملاء :

ان موظف التسويق غير المؤهل تأهيلاً شرعياً كافياً سيكون عاجزاً عن اقناع الزبائن بالمنتجات الاسلامية . فضلاً عن انه سيعطي معلومات مغلوطة. وبالتالي فإن الشعور بعدم الجدية بالالتزام الشرعي هو نتيجة العملية .

رابعا- الجوانب الذي يجب ان يتضمنها التاهيل الشرعي(15):

1) اصول الاقتصاد الاسلامي.

2) فقه المعاملات المالية الاسلامية، اصولا وفروعا.

3) فتاوى وقرارات وتوصيات الهيئة الشرعية للمؤسسة.

4) المعايير الشرعية والمحاسبية الصادرة عن هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية.

5) الفتاوى والقرارات والتوصيات الصادرة عن الندوات والمجامع والملتقيات الفقهية .

6) ماهية المؤسسات المالية الإسلامية وأنشطتها .

7) الفروق بين المؤسسات المالية الاسلامية والتقليدية.

8) التعريف بضوابط وصيغ وأساليب الاستثمار.

9) التعريف بضوابط وصيغ وأساليب التمويل .

10) التعريف بالتامين التكافلي وضوابطه وصيغه والفروق بينه وبين التامين التقليدي.

11) التعريف باسواق المال الاسلامية.

12) التعريف بقواعد السلوك المهني الاسلامي.

النتائج:

1- الصناعة المالية الإسلامية ليست عاجزة عن إيجاد منتجات مالية إسلامية أصيلة تلبي احتياجات السوق وتسهم في التنمية الاقتصادية المنشودة، ويلعب فيها العنصر البشري دورا محوريا.

2- إن تطوير المنتجات المالية الإسلامية غير مختزل في الهيكلة الشرعية للمنتجات المالية التقليدية.

3- ضرورة مضاعفة الاهتمام بالتأهيل الشرعي للعاملين بالمؤسسات المالية الاسلامية وعلى كافة المستويات الوظيفية، ولابد من التنويه هنا الى ان الاهتمام بالتأهيل الشرعي يعكس مدى رغبة المؤسسات بتحقيق الانضباط والالتزام الشرعي .

4- حتى تستطيع الصناعة المالية الإسلامية أن تتدارك نفسها وتحافظ على اسطامتها لا بد لها من أن تتحول إلى استغلال المخزون الاستراتيجي من الصيغ الفقهية الشرعية للمنتجات الإسلامية الأصيلة.

5- إن عدم تطوير المنتجات المالية الاسلامية يؤدي حتما إلى إحدى سيناريوهين :

- أولهما وأرجحهما أن تتشابه المنتجات المالية الإسلامية تشابهاً كبيراً مع المنتجات المالية التقليدية، وهو أمر سيعمل حتماً على دعم المنتجات المالية التقليدية ورفع مستوياتها واستدامة صناعتها، تماماً كما يعمل على إضعاف خصوصية ومزايا الصناعة المالية الإسلامية ومنتجاتها.

- أما السيناريو الثاني - وهو الأقل ترجيحاً - فيتمثل في اندثار المنتجات المالية الإسلامية، نتيجة عدم تطوير

منتجات أصيلة تدعم استدامة الصناعة، ونتيجة استفادة المنتجات المالية التقليدية من عمليات الهيكلة الشرعية لمنتجاتها، فتصبح جميع المنتجات من نتاج الصناعة التقليدية.

وهذا هو السيناريو الذي يجب أن تنشده المؤسسات المالية الإسلامية لتحقيق استدامتها في ظل ظروف سوق مفتوحة تشتمل على عملاء على مستوى عالٍ من الوعي والإدراك والقدرة على التمييز بين ما هو أصيل وما هو بديل.

ملخص:

إن أزمة الائتمان المالي العالمي تمثل فرصة مهمة للنظام المصرفي الاسلامي لدخول سوق الإقراض العالمية بعد الازمة العالمية الحالية، والذي اعتبره الكثير من الخبراء "النموذج الذي يحتاجه العالم الآن ."

في الوقت الذي تعاني فيه الصناعة المالية الإسلامية من الاعتماد المبالغ فيه على هيكلة المنتجات المالية التقليدية هيكلة شرعية من أجل تطبيقها في المؤسسات المالية الإسلامية، وقد كانت هذه الممارسات تعتبر محمودةً في الفترات الأولى من انطلاق الصناعة التي كانت تسعى بها إلى تثبيت نفسها وإثبات ذاتها كجزء من الصناعة المالية الدولية، لكن من غير المحمود أن تغالي العديد من المؤسسات المالية الإسلامية في الهيكلة الشرعية للمنتجات المالية التقليدية، مكتفية بوضع إطار من "الحلال" على المنتجات مع تحقيق الأرباح أو تقليل المخاطر ذات المدى القصير دون إطلاق العنان للرؤية الاستراتيجية وإدراك أن الخطر محدق بالصناعة المالية الإسلامية .

هذا الواقع دفع النظام المصرفي الاسلامي للبحث عن وسائل للإبداع والتطوير وإيجاد المنتجات الإسلامية البديلة للمنتجات التقليدية، ومما لا شك فيه أن عملية التطوير ترتبط ارتباطا وثيقا بالبيئة التي تحفز الإبداع وتسهله، والأشخاص المبدعين وسماتهم والاهتمام بهم، وثقافة المؤسسات المالية الإسلامية وتفهمها للإبداع، ومدى اهتمامها بعمليات البحوث والتطوير، ومدى إلمام المبدعين المختصين بالمفاهيم الشرعية التي من شأنها تعزيز الإبداع الأصيل.. وغيرها. إنها بيئة متكاملة يجب النظر إليها من خلال كل مكوناتها دون إغفال أهمية أي منها.

Abstract:

The global financial crisis is Important opportunity for the Islamic banking system to enter the market after the global credit crisis, the current world, which was seen by many experts, "the model that the world needs now."

At a time when the Islamic financial industry excessive reliance on the traditional structuring of financial products for the restructuring of the legitimacy of the application in the Islamic financial institutions, these practices have been considered earlier in a welcome departure from the industry, which

was seeking to install itself and prove itself as part of the international financial industry, but it is commendable that the overpricing of many Islamic financial institutions in the restructuring of the legitimacy of traditional financial products, sufficient to develop a framework of "halal" products with a profit or minimize the risk of short-term, without unleashing the strategic vision and the realization.

This fact to pay the Islamic banking system to search for the means of innovation and product development and the creation of the Islamic alternative to the traditional products, which is no doubt that the process of development is closely linked to the environment that stimulates creativity and facilitated, and those creators, and attention to their characteristics, and the culture of Islamic financial institutions and their understanding of creativity and their interest in the operations research and development, and the creative professionals familiar with the concepts of legitimacy, which would promote the inherent creativity .. And others. It is an integrated environment must be seen through all components, without losing sight of the importance of any of them.

قائمة الهوامش والمراجع:

1 -عناية ، د. غازي ، ضوابط تنظيم الاقتصاد في السوق الإسلامي ، دار النفائس ، بيروت، 1992. ص 21.

2- http://www.4eqt.com/vb/thread44921.html

3- http://mosgcc.com/mos/magazine/article.php?storyid=726

4- http://business.maktoob.com/Arabic/NewsDetails-20070423131812-%D9%86%D8%A7%D8%B5%D8%B1_htm

5- http://www.aleqt.com/news.php?do=show&id=112444

/6- http://www.mashora.net

7http://www.asharqalawsat.com/details.asp?section=48&article=439607&issueno=10535

8- http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Manage/154027.doc

9- http://www.iifef.org/node/671

10- http://islamiccenter.kau.edu.sa/arabic/Magallah/Pdf/20_2/20-2_Gandoz_01.pdf

11- د. محمد السويلم ، صناعة الهندسة المالية : نظرات في المنهج الإسلامي ، شركة الراجحي المصرفية ، 2000ص13

12- http://www.philadelphia.edu.jo/arabic/adfin/research1/46.doc

13- د. عبد المنعم محمد الطيب، أثر تحرير تجارة الخدمات المصرفية على المصارف الإسلامية، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالية، الخرطوم،جمهورية السودان،2005.

14 -http://www.kantakji.com/fiqh/Files/Manage/154027.do-

15- حماد، حمزة عبد الكريم، الرقابة الشرعية في المصارف الإسلامية، مجلة البيان، العدد **213**،(**2006**)، الرياض السعودية